

Татьяна Силина-Ясинская
Белорусский государственный университет

ТЕЛЕВИДЕНИЕ И БЕЛОРУССКАЯ АУДИТОРИЯ: НОВЫЕ РЕАЛИИ И ТЕНДЕНЦИИ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ

Рассматривая телевидение как объект исследования, современные ученые затрагивают вопросы, связанные с его функционированием, ролью в обществе, творческими составляющими, профессиональной деятельностью тележурналистов. В печатных же средствах массовой информации о ТВ говорят чаще лишь в трех направлениях: анонсы телепередач через публикацию телепрограммы в прессе; критика существующих телепроектов; анализ освещения реализации основных целей и задач, определенных руководством страны. По нашему мнению, сегодня необходимо также серьезно задуматься о том, как привлечь (и в некоторой степени вернуть) зрителя к экрану. А именно: какой телепродукт предложить зрителю, чтобы он одновременно был интересным, познавательным и плодом именно журналистского творчества?

Осуществляя очередной этап изучения аудитории ТВ летом текущего (2009) года мы провели опрос белорусских телезрителей. В качестве респондентов были выбраны представители различных социальных слоев: студенты БГУ, сотрудники одного из столичных бизнес-центров, пассажиры и посетители минского железнодорожного вокзала. Итого в опросе приняли участие 1154 человека, из которых 781 – минчане, 373 – иногородние. Возраст респондентов колебался от 18 до 75 лет (521 человек – 18–25 лет, 439 – 26–40 лет, 78 – 41–50 лет, 64 – 51–60, 52 человека – 60 лет и старше). По социальному статусу: 418 – студенты; 584 – рабочие и служащие; 71 – не работают, не учатся; 81 – пенсионеры. Из всех респондентов: 745 человек имеют или получают высшее образование; 98 – среднее специальное или профессионально-техническое образование; 211 человек имеют более одного высшего образования.

Результаты опроса показали, что в среднем только 30 % из числа респондентов смотрят телевизор более двух часов в день. 70 % предпочитают смотреть утренние программы в режиме «фоновое прослушивание» во время сборов на работу (новости, «Наше утро», «Доброй раніцы, Беларусь» и др.). Зрителей в основном интересуют курсы валют, гороскоп и прогноз погоды. В вечернее время предпочтения аудитории – итоговые выпуски новостей. Что касается кинофильмов и телесериалов, то их смотрят либо в выходные дни, когда отсутствует иная «культурная программа»,

либо при случайном «попадании» на начало фильма, во время «пролистывания» телеканалов. Следует отметить, что данная категория зрителей не пользуется программой телепередач, которую публикует пресса, поскольку программы новостей имеют постоянное время выхода в эфир. Явление «телемании», популярное среди белорусских зрителей в 90-е годы XX в., сохраняется сегодня лишь среди пенсионеров, безработных и домохозяек. Однако пристрастия этой категории зрителей по сравнению с данными аналогичного исследования семилетней давности изменились, предположительно, под влиянием предложений ТВ. Сфера интересов данной аудиторной группы переместилась с новостей, спорта и телесериалов на кулинарные шоу, ток-шоу о здоровом образе жизни (наподобие «Малахов плюс»), а также кинофильмы по жанровым предпочтениям, которые абонентам кабельного телевидения обычно предлагают соответствующие специализированные каналы. На просьбу охарактеризовать наше белорусское ТВ и назвать персоналии телеведущих и основные телепрограммы 85 % респондентов смогли вспомнить только новостные программы (причем называя программный продукт исключительно как «новости», не вспоминая собственно названий новостных выпусков на соответствующих телеканалах). Из ведущих убедительно звучали имена Александра Аверкова, Дениса Курьяна, Евгения Лашковского, Люси Лушик и Натальи Радиной (80 % – представители ОНТ). На вопрос о программных продуктах телеканала «Лад» опрашиваемые не могли дать однозначных ответов. О проекте «Белорусское времячко» более половины респондентов отвечали на вопрос вопросом приблизительно следующего содержания: «А, это там, где звонят в студию и шлют эсэмэски с “прикольным” содержанием?»...

Обобщая полученные данные, можно заключить, что влияние ТВ на белорусскую аудиторию по сравнению с 90-ми годами прошлого столетия ослабевает. В этой связи следует говорить о необходимости существенного обновления той области научного знания о журналистике, которая касается аудитории и взаимодействия телевидения со зрителями. Необходимо расширить критерии изучения аудитории ТВ путем более интенсивного включения в их формирование междисциплинарных подходов. В последнее время наше ТВ все больше ориентируется на западное, не синтезируя ее прогрессивный опыт с отечественными наработками, а порой замещая его. На самом деле для отечественного зрителя «западный вариант» тележурналистики, кажущийся производителям и продюсерам телепрограмм эвристическим, не всегда эффективен, поскольку белорусский зритель в силу своего менталитета существенно отличается не только от, например, европейского, но и от российского.